

## LA REVANCHA DEL REPORTERO

Plàcid Garcia-Planas  
Editorial Diéresis, 2007

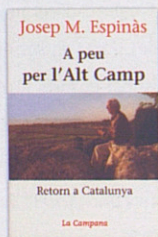


208 pàgines

Amb les cròniques de set grans reporters com a referència, el periodista i escriptor Plàcid Garcia-Planas torna als escenaris on durant l'últim segle han tingut lloc conflictes bèl·lics tan importants com les dues guerres mundials, la del Vietnam o la Guerra Civil. Reporter de la secció d'Internacional del diari *La Vanguardia* des de 1988, Garcia-Planas presenta un llibre en el qual narra les seves impressions com a reporter de guerres mortes. En un continu viatge entre el passat i el present, entre la història i l'actualitat, segueix les petjades d'autors tan il·lustres com Gaziell, Sentís, Boada o Alcoverro. El periodista ha visitat antics camps de batalla i ha rescatat cròniques d'aquells enviats especials, enfrontant allò que ells van veure i escriure amb els personatges i paisatges actuals. Un vitrall polièdric que amb diferents moments i lluminositats fa palès allò que diu que "l'última paraula de tota conflagració no la té l'últim tret, sinó el temps".

## RETORN A CATALUNYA. A PEU PER L'ALT CAMP

Josep M. Espinàs  
Edicions La Campana, 2007

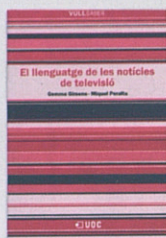


258 pàgines

L'autor barceloní, Premi d'Honor de les Lletres Catalanes, dona continuïtat a la seva singular contribució a la literatura de viatges. Després de voltar a peu per diversos territoris de l'Estat, com ara el País Valencià, Castella o el País Basc, etc., Espinàs torna a Catalunya per continuar caminant per més indrets, tot copsant-ne la idiosincràsia i les peculiaritats de totes les persones que s'ha anat trobant pel camí. Amb l'aspiració d'esdevenir un foraster anònim que camina per l'Alt Camp tarragoní, l'autor de *Relacions Particulars* (La Campana, 2007), ha descobert novament un itinerari ric de sorpreses, d'infinitat de pobles i personatges. Des d'Alcover a Santes Creus, i encara més enllà, neix un text fresc i real, fill de l'observació serena, de la reflexió tranquil·la i acurada, amb un punt d'ironia, pròpia de les persones sàvies i entranyables que han visitat molts indrets i conegut milers de persones.

## EL LENGUAJE DE LES NOTÍCIES DE TELEVISIÓ

Gemma Gimeno - Miquel Peralta  
Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2007

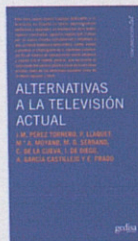


81 pàgines

El llenguatge que es fa servir als informatius de televisió té unes característiques ben específiques que s'han de tenir en compte a l'hora de redactar les diferents peces informatives. Redactar notícies per a la televisió no és igual que redactar-ne per a la premsa escrita. Aquest llibre vol reivindicar la paraula ben escrita i el valor de la redacció de les notícies diàries de la televisió. Defineix les condicions intrínseques d'aquest llenguatge tenint en compte els avenços tècnics del mitjà i mostra les eines i els recursos que contribuiran a redactar millor aquestes notícies. Conceptes com la coherència, la cohesió, la locució i l'eficàcia, són bàsics a l'hora de crear la notícia. Per això aquest llibre els desenvolupa i dona les pautes que s'han de fer servir per tal d'aconseguir la seva presència a la notícia. L'objectiu final és poder elaborar una peça informativa comprensible i entenedora.

## ALTERNATIVES A LA TELEVISIÓ ACTUAL

Diversos autors / Enrique Bustamante (coordinador)  
Gedisa / Fundació Alternativas, 2007



303 pàgines

Diferents experts analitzen aspectes del sector televisiu actual, a través de quatre treballs recollits en aquest llibre. José Manuel Pérez Tornero exposa la seva anàlisi sobre la televisió educativa i cultural a Espanya i dona les bases per a un canvi de model. La televisió local és un altre punt que desenvolupa Emili Prado, amb un treball on vol incidir en la regulació actual i reivindica el seu paper en el sector. El treball sobre publicitat i infància, analitzat per diversos autors, critica els abusos en la programació televisiva dirigida al públic infantil, la manca de productes de qualitat, així com la publicitat. Per últim, Àngel García Castillejo reflexiona sobre la necessitat de crear una veritable autoritat estatal dels mitjans audiovisuals. Textos encarregats pel Laboratorio de la Fundación Alternativas, que promou treballs d'investigació per tal d'inspirar polítiques públiques.

## FOTOPERIODISME A CATALUNYA 1976-2000

Institut de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, 2007



214 pàgines

L'any 1990, el Col·legi de Periodistes i l'Ajuntament de Barcelona van organitzar una exposició al Palau de la Virreina, que recollia la història del fotoperiodisme a Catalunya des dels seus orígens, cap al 1885, amb un reportatge d'Heribert Mariezcurrenta a *La Il·lustració*, fins a les fotografies de les manifestacions de l'1 i el 8 de febrer de 1976. Disset anys més tard, les mateixes institucions van organitzar del 22 de novembre de 2007 al 24 de febrer passat una altra exposició, on es recullen imatges que reflectien el període des de les manifestacions de febrer de 1976 fins al canvi de segle. Van ser els anys de la recuperació de les llibertats, de la democràcia, de la transformació de les ciutats, dels Jocs Olímpics de Barcelona, entre altres. Recull de l'obra de més de vuitanta fotògrafs que vol ser una reivindicació del treball del fotoperiodisme. En Josep Maria Huertas Claveria, un dels impulsors del projecte, així ho va concebre.

## BARCELONA FOTOGRAFIADA: 160 ANYS DE REGISTRE I REPRESENTACIÓ

Ajuntament de Barcelona, 2007



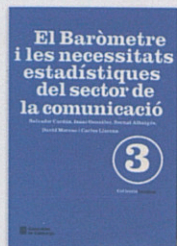
62 pàgines

Guia dels fons fotogràfics i les col·leccions aplegades a l'Arxiu Fotogràfic de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, que dona a conèixer el patrimoni fotogràfic que l'Ajuntament ha aplegat i conservat des dels inicis del segle XX. Conformen un instrument de descripció i divulgació, amb l'objectiu de facilitar-ne el coneixement i promoure'n la utilització com a testimoni gràfic de la història contemporània de la ciutat. Resultat del treball arxivístic d'identificació, sistematització i classificació de tots els fons i les col·leccions fotogràfiques realitzat durant els darrers sis anys. Els documents que conformen els fons fotogràfics es caracteritzen per les imatges captades directament de la realitat a través d'una càmera fosca i perquè han estat obtinguts a través de procediments fotogràfics, fotomecànics o digitals. Un recorregut històric per la ciutat a través d'imatges del segle XX.



## EL BARÒMETRE I LES NECESSITATS ESTADÍSTIQUES DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓ

Fund. Escacc, Institut de la Comunicació, 2007

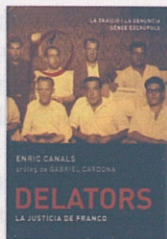


179 pàgines

El sector dels mitjans de comunicació fa servir com a referència en mesures estadístiques instruments com l'Estudio General de Medios (EGM) o l'Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Aquest treball presenta el disseny d'un nou sistema de mesura estadística per al sector. La primera part se centra a detectar els dèficits dels instruments de mesura que existeixen fins l'actualitat i a estudiar en profunditat altres sistemes europeus. Davant d'aquests sistemes, proposa una alternativa, el Baròmetre de la comunicació i la cultura, una mirada científica que segons els autors de l'estudi permet una aproximació molt més precisa i acurada a la realitat dels mitjans de comunicació a Catalunya i les seves audiències. Garanteix una informació local i comarcal estadísticament significativa, alhora que té en compte els mitjans de comunicació gratuïts i les noves tecnologies de la informació.

## DELATORS. LA JUSTÍCIA DE FRANCO

Enric Canals  
L'Esfera dels llibres, SL, 2007



324 pàgines

Periodista, guionista i productor televisiu, Canals presenta un llibre molt documentat, que recull trenta històries de repressió franquista tot just acabada la Guerra Civil a Catalunya. Una repressió que va fomentar la desconfiança entre la gent i va augmentar la diferència entre guanyadors i perdedors promovent la delació. La majoria d'aquestes històries, escrites a partir de la documentació que va generar la maquinària judicial militar posada al servei dels vencedors, tenen el seu fonament en l'inici d'un procediment judicial sumari i són contra persones de significació o filiació republicana. Guanyador el 1996 del premi Òmnium Cultural, l'escriptor es fa ressò de l'entramat de delacions i testimonis de càrrec, de la maquinària de la Falange i els militars al servei de la repressió. Crònica periodística reconstruïda amb l'objectiu de conèixer l'abast d'aquells fets.

## PREFERÈNCIES I EXPECTATIVES DELS ADOLESCENTS RELATIVES A LA TELEVISIÓ DE CATALUNYA

Ferran Casas (coordinador). CAC / UdG, 2007

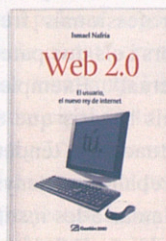


260 pàgines

Els estudis indiquen que la televisió segueix representant el mitjà audiovisual al qual dedica més hores la gent jove. Aquest treball ha estat dissenyat per conèixer la relació que els adolescents mantenen amb aquest mitjà durant l'etapa dels dotze fins als setze anys. A partir d'una mostra representativa dels estudiants d'ESO a Catalunya, es recullen una àmplia gamma de dades sobre els usos, les preferències, satisfaccions, aspiracions i expectatives relatives a la televisió, així com altres dimensions psicosocials de les conductes relacionades amb l'ús de la televisió. La metodologia de recopilació de la informació s'ha centrat en un qüestionari amb preguntes tancades i obertes. Posteriorment, mitjançant grups de discussió, amb l'objectiu d'aprofundir en alguns aspectes. És fruit del conveni de col·laboració entre el CAC amb l'Institut de Recerca Sobre la Qualitat de Vida (IRQV) de la Universitat de Girona.

## WEB 2.0. EL USUARIO, EL NUEVO REY DE INTERNET

Ismael Nafria  
Ediciones Gestión 2000, 2007



371 pàgines

Amb un recorregut per l'encara curta història d'Internet, l'autor ens acosta a la nova realitat del Web 2.0. Una nova manera d'oferir serveis a Internet considerant la Xarxa com a plataforma, fet que permet als usuaris participar de manera activa. Dedicat a aquest fenomen, el llibre interacciona amb els lectors i els permet copsar el procés d'incorporació dels usuaris com a protagonistes de la societat global de la informació. Pràctic, rigorós i documentat, ofereix una visió de conjunt sobre el ciberespai i les inegotables possibilitats que ens pot oferir des de les seves diferents vessants. Treball adreçat tant a usuaris particulars com a professionals de diversos sectors, com ara dissenyadors, publicistes, analistes, programadors o periodistes. Ismael Nafria, periodista especialitzat en Internet, és actualment sotsdirector de continguts de Prisa.com (Grup Prisa).

## REVISTAS CULTURALES

Revistas Culturales de España, 2007-2008



115 pàgines

L'Associació de Revistes Culturals d'Espanya (ARCE) agrupa en l'actualitat les revistes més importants de pensament i cultura que s'editen a l'Estat. Aquest recull inclou més de cent publicacions culturals, que tenen com a referent ineludible el món de la literatura, l'art, les ciències socials, el pensament polític, l'arquitectura, el cinema, el teatre, la música, la fotografia i altres formes de creació i expressió cultural. Des de la seva creació l'any 1983, ARCE ha anat incorporant editors de noves revistes de pensament i cultura, contribuint a un continu enriquiment del projecte, intensificant les diferents activitats de l'Associació, i assumint cada vegada un paper més actiu en la promoció d'aquestes publicacions, moltes d'elles anties i fiables referents de la cultura a Espanya. És possible consultar a Internet els continguts de les revistes i d'altres articles a la pàgina web d'aquesta associació: [www.revistas culturales.es](http://www.revistas culturales.es).

## GLOBALIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Le Monde diplomatique (ed. espanyola)  
Ediciones Cybermonde, S.L., 2007



95 pàgines

Durant els anys 2004 i 2005 es van succeir dos cicles de conferències al voltant de la globalització i els mitjans de comunicació, que es van celebrar a la Casa Encendida. Els textos que es recullen són transcripcions revisades d'aquestes conferències. Destacats especialistes, coordinats per l'edició espanyola de *Le Monde diplomatique*, van impartir conferències on es reflexionava sobre com la globalització neoliberal afecta els mitjans de comunicació i del poder que tenen en l'actualitat. Es van analitzar els conflictes i les futures problemàtiques. Es van desvetllar altres dificultats com les pressions que fan amagar o dissimular continguts; hàbits negatius que fan que la ciutadania generi una opinió clarament mediatitzada; les ambicions d'influència i poder que condicionen el mercat informatiu en les societats desenvolupades o els importants dèficits informatius en les subdesenvolupades.